MICE mit Mehrwert
Charmeoffensive im Mittelstand

von Kerstin Noe-Apel

Der Mittelstand als Beschäftigungsmotor und Rückgrat der deutschen Wirtschaft: Kleine und mittlere Unternehmen erwirtschaften laut dem Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) mehr als jeden zweiten Euro und beschäftigen die Mehrheit der deutschen Arbeitnehmer. Die „Hidden Champions" tragen sogar circa 35 Prozent zum Gesamtumsatz aller Unternehmen der Bundesrepublik bei. Mit ihrer starken Spezialisierung stechen die kleinen Betriebe vor allem durch ihre hohe Fachkompetenz aus der Masse hervor.

Doch fachliche Genialität reicht lange nicht mehr aus und der Mittelstand kämpft mittlerweile an mehreren Fronten gleichzeitig mit hohem Optimierungsbedarf. So herrscht vor allem in der internen und externen Kommunikation extremes Verbesserungspotential. Mittelständler können hier an zahlreichen Stellschrauben drehen und mit wenig Aufwand großen Erfolg erzielen: Sei es der professionelle Außenauftritt gegenüber Partnern, klare sowie effiziente Prozesse oder die starke Positionierung als attraktiver Arbeitgeber. Auch der MICE-Bereich bietet hinsichtlich der Kommunikation hohes Potential. Exzellent organisierte Veranstaltungen sind eine einfache Möglichkeit, um einen bleibenden Eindruck bei Kunden, Partnern und Mitarbeitern zu hinterlassen.

Fachkräftemangel im Mittelstand

Kleinere Betriebe machen immer häufiger die Erfahrung, dass fachliche Brillanz kaum noch ausreicht, um qualifiziertes Personal anzuziehen und zu halten. So schätzen laut BMWi bereits heute 43 Prozent der Unternehmen den Fachkräftemangel als Risiko für ihre Geschäftstätigkeit ein. Zusätzlich deckt das Mittelstandbarometer von Ernst & Young auf, dass ein Drittel der deutschen Mittelständler nur zu gerne neue Jobs schaffen würde, jedoch 78 Prozent bereits an der Mitarbeitersuche scheitern. Hier entscheiden die kompetente Außenwirkung und das Auftreten über Erfolg oder Misserfolg. Die Ansprüche der qualifizierten Arbeitnehmer steigen zunehmend und so müssen Unternehmen vermehrt in Employer Branding investieren, um sich als attraktiver Arbeitgeber zu profilieren. Ein erster Ansatzpunkt ist hier die Professionalisierung der Kommunikation. Dazu gehören die Erstellung eines einheitlichen Corporate Designs durch einen Grafiker, hochwertige Give-Aways und die strategische Auswahl relevanter Messen. So ähnlich sind wir auch von Beginn an bei two heads® vorgegangen. Natürlich gilt es auch bei den „soften Faktoren" des Unternehmens aufzurüsten, um die Attraktivität als Arbeitgeber zu steigern. Mit Motivationsanreizen wie erstklassigen Konditionen bei Geschäftsreisen oder dem professionellen Eindruck bei Bewerbungsgesprächen durch passende Räumlichkeiten, bieten sich Mittelständlern zahlreiche erfolgsversprechende Ansatzpunkte. Jedoch fehlen dafür in den Unternehmen oftmals sowohl das Know-How als auch die Zeit. Deshalb ist es sinnvoll

sich Unterstützung bei entsprechenden Anbietern zu holen, während sich die eigenen Mitarbeiter auf ihre eigentliche Arbeit konzentrieren können.

Der Veranstaltungsort als Visitenkarte

Die Wirkung der passenden Location darf nicht unterschätzt werden. Die Location ist wie eine Visitenkarte für das Unternehmen und sollte dessen Werte sowie eine professionelle Arbeitsweise widerspiegeln. Indem sie zum Beispiel ein tolles Messehotel buchen, können Mittelständler ihren Mitarbeitern auf einfache Weise Wertschätzung entgegenbringen. Mit etwas Verhandlungsgeschick und der Einbeziehung der wichtigsten Hotel-Entscheider, ersetzen KMUs auch oft das bisherige Messehotel durch ein besseres Wunschhotel. Als Profi unterstützt two heads® in der Location-Suche und bei Verhandlungen und sorgt für die Umsetzung der preislichen Rahmenbedingungen. Mit positiven Erlebnissen, wie besonderen Räumlichkeiten für interne Schulungen, steigern Mittelständler die Arbeitsmotivation und die Identifikation mit dem Unternehmen und wirken dem Fachkräftemangel aktiv entgegen. Als tolles Incentive bieten sich auch verbesserte Konditionen für Übernachtungen auf Geschäftsreisen an.

Kundenbindung: Auf Augenhöhe mit den „Big Playern"

Auch die „Big Player" bereiten den KMUs Probleme – vor allem auf dem internationalen Markt. Nicht nur die Fachkompetenz, sondern auch die restliche Performance muss auf höchstem Niveau sein, um gegen die Giganten zu bestehen und das eigene Standing zu untermauern. Deshalb empfiehlt es sich besonders in die Kundenbindung zu investieren. Allein mit dem passenden Rahmen für Kundenevents kann eine gute Ausgangslage für weitere Geschäfte und langfristige Partnerschaften geschaffen werden. Mittelständler sollten die Räumlichkeiten für Kundenevents individuell und abhängig vom jeweiligen Anlass wählen, sei es für Kundenmeetings zum Wohlfühlen, zum Beeindrucken potentieller Auftraggeber oder als Wertschätzung für besonders gute Kunden. Um einzigartige Kundenevents zu realisieren verfügen wir von two heads® über strategische Partnerschaften mit viel Flexibilität, wie beispielsweise mit den Leonardo Hotels. So garantieren wir im Gegensatz zu den klassischen Online-Portalen mit feinem Gespür gegenüber den Kundenbedürfnissen ein starkes und sehr individuelles Auftreten von Unternehmen. Als Experten kennen wir die Motivation und finden so die passende Räumlichkeit für jede Gelegenheit: Seien es Hotels mit Wohlfühlfaktor oder zum Eindruck schinden sowie das passende Restaurant mit der richtigen Atmosphäre für die wichtigen Gespräche.